



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2009

---

## **Dreikönigskuchen: Ein Brauch der Gegenwart zwischen ritueller Funktion, Archaisierung und Kommerz**

Kuhn, Konrad J

**Abstract:** Der Dreikönigskuchen am 6. Januar ist einer der erfolgreichsten aktuellen Bräuche mit einer gesamtschweizerischen Verbreitung. Die spezifische Relevanz dieses Brauchhandelns belegen allein die eindrucklichen Zahlen: Aktuell werden in der Schweiz jährlich gegen 1,5 Millionen Dreikönigskuchen verkauft, was ungefähr einen Kuchen pro Haushalt bedeutet. Der Beitrag unterzieht den Dreikönigskuchen einer historischen Brauchforschung, referiert die «Revitalisierung» des Brauches ab den 1940er-Jahren mit historischen und volkskundlichen Argumenten und betrachtet die gegenwärtige Brauchpraxis. In der Verbindung mit institutionellen Brauchmultiplikatoren, der generellen Deutungsoffenheit und dem minimalen Repertoire an ritualisierten Elementen sind die Gründe für den Erfolg des Brauches zu suchen. Sie begründen die hohe Anschlussfähigkeit für kommerzielle Interessen sowie die Bedeutung zur Herstellung sozialer Bindungen und der Stabilisierung von Hierarchien innerhalb der Unternehmens- und Bürokultur. Vor dem Hintergrund der Analyse funktionaler Bedeutungen gegenwärtiger Bräuche plädiert der Beitrag für vermehrte Brauchforschung in unserem Fach.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-49432>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Kuhn, Konrad J (2009). Dreikönigskuchen: Ein Brauch der Gegenwart zwischen ritueller Funktion, Archaisierung und Kommerz. Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 105(2):109-126.

## Dreikönigskuchen: Ein Brauch der Gegenwart zwischen ritueller Funktion, Archaisierung und Kommerz

Konrad J. Kuhn

### *Abstract*

Der Dreikönigskuchen am 6. Januar ist einer der erfolgreichsten aktuellen Bräuche mit einer gesamtschweizerischen Verbreitung. Die spezifische Relevanz dieses Brauchhandelns belegen allein die eindrucklichen Zahlen: Aktuell werden in der Schweiz jährlich gegen 1,5 Millionen Dreikönigskuchen verkauft, was ungefähr einen Kuchen pro Haushalt bedeutet. Der Beitrag unterzieht den Dreikönigskuchen einer historischen Brauchforschung, referiert die «Revitalisierung» des Brauches ab den 1940er-Jahren mit historischen und volkskundlichen Argumenten und betrachtet die gegenwärtige Brauchpraxis. In der Verbindung mit institutionellen Brauchmultiplikatoren, der generellen Deutungsoffenheit und dem minimalen Repertoire an ritualisierten Elementen sind die Gründe für den Erfolg des Brauches zu suchen. Sie begründen die hohe Anschlussfähigkeit für kommerzielle Interessen sowie die Bedeutung zur Herstellung sozialer Bindungen und der Stabilisierung von Hierarchien innerhalb der Unternehmens- und Büroökultur. Vor dem Hintergrund der Analyse funktionaler Bedeutungen gegenwärtiger Bräuche plädiert der Beitrag für vermehrte Brauchforschung in unserem Fach.

Im Vorfeld des Dreikönigstages am 6. Januar werden in der Schweiz jedes Jahr Hunderttausende von Dreikönigskuchen gebacken, verkauft und dann im familiären Rahmen, am Arbeitsplatz oder in der Schule verzehrt. Das Brauchtumsgebäck des Dreikönigstages ist ein süsser Hefeteigkuchen mit einem Mittelstück, auf das eine Krone aus Plastik oder Karton gesetzt wird, und mit kugeligen Stücken, die als Kranz um das Mittelstück gesetzt werden (vgl. Abbildung 1). In einem der runden Kuchenstücke des Kranzes – niemals im Mittelteil – befindet sich eine kleine weisse Königsfigur aus Kunststoff, die den Finder sozusagen per kulinarischen Losentscheid zum König oder zur Königin für einen Tag macht und ihn berechtigt, sich die Krone aufzusetzen und für einen Tag Wünsche zu äussern und Befehle zu erteilen, wobei sich das spasshafte «Regieren» in der Familie meist auf zu erledigende Hausarbeit beschränkt. Der Verzehr des Dreikönigskuchens (auch Königskuchen genannt, in der frz. Schweiz *gâteau des Rois* oder *galette des Rois*) findet dabei in geselligem Rahmen statt, sodass jeder der Anwesenden ein Kuchenstück auswählen kann.

Beim Dreikönigskuchen handelt es sich nicht etwa um einen marginalen Brauch, sondern um einen der erfolgreichsten aktuellen Bräuche mit einer gesamtschweizerischen Verbreitung und einem festen Termin

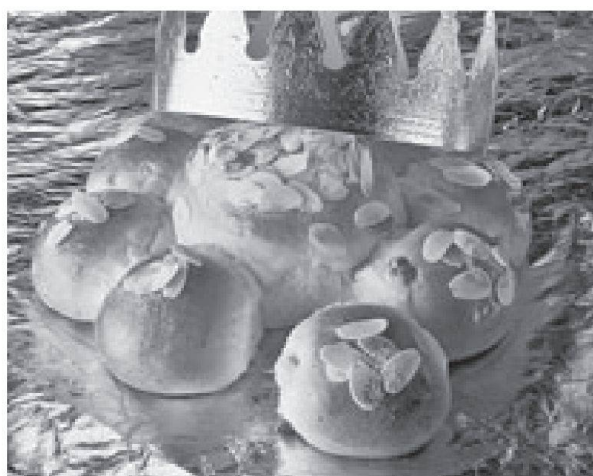


Abbildung 1: Dreikönigskuchen (Quelle: Schweizerische Brotinformation SBI)

im Jahreslauf<sup>1</sup>. Der Brauch ist gegenwärtig zwar auch aus Frankreich, einigen Regionen Belgiens<sup>2</sup> und aus Spanien bekannt<sup>3</sup>, dabei belegen jedoch alleine die eindrucksvollen Zahlen die spezifische Relevanz dieses Phänomens für die Schweiz. Allein die Jowa AG, die Bäckerei des Grossverteilers Migros, produzierte im Jahr 2000 mehr als 500 000 Dreikönigskuchen (vgl. Abbildung 2), bei der schweizerischen Lebensmittelgenossenschaft Coop wurden rund 250 000 Kuchen produziert. Die Pistor als Zulieferbetrieb für die gewerblichen Bäckereien in der Schweiz, die unter anderem auch die Königs-Plastikfigürchen liefert, gibt die Produktionsmenge für



Abbildung 2: Industrielle Herstellung der Dreikönigskuchen in der Migrosbäckerei 1973 (Staatsarchiv Basel Stadt, BSL 1013 3-13-18 1, Foto Hans Bertolf)

die Bäckereien mit «mehreren hunderttausend» an. Auf den enormen Erfolg und die grosse Verbreitung deuten auch die Verkaufszahlen der Königsfigürchen hin: 2004 wurden gegen eine halbe Million Kunststoffkönige an die gewerblichen Bäckereien geliefert, wobei die Migros und der Coop über separate Figürchenlieferanten



verfügen.<sup>4</sup> Gesamthaft dürften somit in der Schweiz jährlich gegen 1,5 Millionen Dreikönigskuchen verkauft werden, wobei die Tendenz nach wie vor klar steigend ist.<sup>5</sup> Dies würde ungefähr einen Kuchen pro schweizerischen Haushalt bedeuten – eine Verbreitung, die kaum ein anderer Brauch in der Schweiz findet.

Im Folgenden soll der Dreikönigskuchen in der Schweiz einer historischen Brauchforschung unterzogen werden, wobei zunächst die Interessengruppen der Brauchträger und Brauchvermittler in ihrer Funktion als brauchpflegende «Erfinder von Traditionen» interessieren.<sup>6</sup> In einem ersten Teil werden daher die Forschungen des Brot- und Gebäckforschers Max Währen und seine Rolle bei der «Revitalisierung» des Dreikönigskuchens in der Schweiz im Zentrum stehen. Ein spezielles Augenmerk gilt den volkskundlichen und historischen Elementen, die zur Stützung und Förderung des Brauches gesucht und benutzt werden. Danach wird die Rolle des Schweizerischen Bäcker- und Konditorenverbandes bei der Förderung des Brauches und bei seiner erfolgreichen Verbreitung beleuchtet. Die Verbindung des Brauches mit einem grossen gesamtschweizerischen Verband bietet ein Beispiel für den Stellenwert von kommerziellen und institutionellen Akteuren für den Erfolg eines Brauches der Gegenwart. Danach soll der Brauch volkskundlich im Jahreslauf verortet und dabei die wissenschaftliche Forschung zum Brauch in der Schweiz nachgezeichnet werden. Die aktuelle Situation des Brauches zwischen Kommerz und sozialer Praxis steht am Schluss dieses Artikels. Dabei werden einige vorläufige Antworten über die Gründe für den offensichtlichen Erfolg in der Kompatibilität sowohl mit der modernen Arbeitswelt als auch dem privaten Familienrahmen zu geben versucht. Zudem wird der Brauch in seiner gegenwärtigen Ausformung situiert, und es werden seine konkrete Braucherscheinung beleuchtet und einige bemerkenswerte Neuerungen bei den Brauchelementen betrachtet. Schwierig zu beantworten bleiben Fragen nach der gegenwärtigen Brauchfunktion und der kulturellen Bedeutung des Dreikönigskuchenverzehens für die Konsumenten. Hier wären Forschungen bei den Brauchhandelnden nötig, die detailliert nach der Praxis der Brauchausübung fragen und diese Forschungen in den sehr unterschiedlichen Kontexten angehen – eine Arbeit, die im Hinblick auf die erhebliche Verbreitung des Dreikönigskuchens sehr lohnenswert und relevant wäre, jedoch an dieser Stelle nicht geleistet werden kann. Es geht nun also nicht darum, die «Ursprünge» des Dreikönigskuchens in der Schweiz zu eruieren oder gar eine über Jahrhunderte zurückreichende «Geschichte» dieses Brauches zu schreiben, sondern vielmehr darum, die von den wichtigen Brauchträgern zur Stützung und Plausibilität in Anschlag gebrachten Diskurse und vermeintlichen «historischen Bezüge» funktional zu hinterfragen. Damit soll der Dreikönigskuchen als Brauch selber als historischer Stoff interpretiert werden und einer Deutungs- und Konstruktionsgeschichte unterzogen werden.<sup>7</sup> Dieser Aufsatz möchte einer Entwicklung in der wissenschaftlichen Disziplin Volkskunde entgegenwirken, die zunehmend Gefahr läuft, sich in einem zentralen Zuständigkeitsbereich – mithin «einem Kernpunkt volkskundlichen Arbeitens» um mit Wolfgang Brückner zu sprechen<sup>8</sup> – aus der Debatte zu verabschieden und das Feld der populären



Bräuche den Laienforschern, der aktiven Kulturindustrie und den kommerziellen Anbietern zu überlassen.<sup>9</sup> Diese wiederum kolportieren mit vermeintlich historischen Rückgriffen gemeinsam die angeblichen Ursprünge von Bräuchen und finden damit bei Medien aller Art vielfache Multiplikation. In diesem Sinne möchte dieser Aufsatz auch als Plädoyer für vermehrte Brauchforschung in unserem Fach verstanden werden.

### **Auf der Suche nach dem Ursprung – Archaisierungsprozesse und Brauchgeschichte**

Die für eine «Geschichte des Dreikönigskuchens» in der Schweiz zentrale Figur ist der Brotforscher Max Währen (1919–2008). Währen arbeitete als Versicherungsbeamter in Bern und betrieb seine Forschungen über die Geschichte des Brotes in seiner Freizeit. Dabei konnte er 1998 das älteste Brot der Welt für die Jungsteinzeit datieren oder in Jerusalem eine Bäckerei aus vorchristlicher Zeit erforschen. Für seine Forschungen auf dem Gebiet der Brot- und Gebäckkunde erhielt er 1979 den Ehrendokortitel der ETH Zürich.<sup>10</sup> Währen verschrieb sich der Suche nach dem Ursprung von schweizerischen Gebäckformen wie dem Gipfeli, dem Zopf oder dem Grittibänz. Dabei stiess er auch auf den Brauch des Dreikönigskuchens, der ihm aus früher Jugend von einem Bild eines holländischen Malers über dem elterlichen Sofa bekannt war.<sup>11</sup> Währen bedauerte die faktische Nichtexistenz des Brauches in der Schweiz nach dem Zweiten Weltkrieg – ein Umstand, den auch die volkskundlichen Veröffentlichungen über schweizerisches Brauchtum aus der Zeit bestätigen – und betrieb daher Forschungen zur Verbreitung und zum Ursprung des Brauches, die er ab 1945 kontinuierlich veröffentlichte. Dabei suchte er stets ganz im Sinne der älteren volkskundlichen «Archäologie» nach möglichst alten Dokumenten oder Quellenstellen, die auf den Brauch hinwiesen.<sup>12</sup> Auf diese Weise konnte Währen für die Schweiz das Datum 1390 als Ursprung des Dreikönigskuchens urkundlich belegen, in anderen Ländern reicht er noch weiter zurück, so beispielsweise am englischen Königshof bis 1316. Zusätzlich recherchierte Währen aber noch nach weiter zurückliegenden Belegen, die er im 5. Jahrhundert vor Christus zu finden glaubte. Die von Währen portierte Ursprungsversion setzt sich denn auch aus folgenden Elementen zusammen: Der Brauch des Dreikönigskuchens gehe auf ein Volksfest zurück, das in der römischen Antike zu Ehren des Gottes Saturn abgehalten wurde. Bei diesem Fest hätten auch Sklaven für einen Tag König sein dürfen, wenn sie die in einem Kuchen versteckte Bohnen gefunden hätten. Diesen sehr beliebten Brauch hätten die römischen Legionen, die auch in der Schweiz stationiert gewesen seien, nach Mitteleuropa gebracht, wobei diese Behauptung schlicht damit bewiesen wurde, dass die Verbreitung des Brauches «in der Gegenwart oder Vergangenheit...ziemlich deutlich...die von den Römern besetzten Gebiete» umfasse.<sup>13</sup> Mit dieser Ursprungssuche von Währen verbunden war das Anliegen einer Braucherneuerung in der Schweiz, wobei deren Gestal-

tungsprinzip auf Archaisierungsbemühungen durch Berufung auf eine jahrtausendealte Tradition zurück bis ins «alte Rom» basierte. Mit dieser historischen Verwurzelung und der Anknüpfung an die weit zurückliegende vorgeschichtliche Vergangenheit wird dem Brauch eine Legitimation in der modernen Gegenwart verschafft. Dieser Vorgang ist uns Volkskundlern aus unzähligen Beispielen vermeintlicher «Reliktbrocken von Urgeschichte» nur zu gut bekannt, erinnert sei nur an die Gebrüder Grimm oder an die Rückführungen diverser volkskultureller Phänomene des Alpenraums auf die Kelten.<sup>14</sup> Zusätzlich wird dem Brauch eine positiv konnotierte Verwurzelung in einem egalitären Grundgedanken zugeteilt, der eine stark hierarchische Gesellschaft wie die römische Antike mit Sklaven um demokratische Ausgleichselemente von Freiheit und Gleichheit ergänzt habe; Währen nennt den Brauch des Dreikönigskuchens daher explizit auch ein «Fest ohne Standesunterschiede».<sup>15</sup> Dieser Deutung des Brauches als «verkehrte Welt», weil die Sklaven für einen Tag spielerisch Herren werden konnten, ist aus volkskundlich-wissenschaftlicher Perspektive sehr vorsichtig zu begegnen, weil sie sich auf dünner Quellengrundlage bewegt und dabei die einzelnen Brauchelemente des Königsfestes aus heutiger Sicht assoziativ interpretiert und sie nicht im Sinne der damaligen Zeit zu deuten versucht.<sup>16</sup> Währen stützte sich bei diesen Deutungen denn auch auf französische Volkskundler, die einen Bezug zwischen den Bohnenherrschern und den antiken Festkönigen der Saturnalien festgestellt haben wollen. Dabei liessen sie sich, und Währen folgte ihnen hier, allerdings von den phänomenologischen Elementen des Brauches leiten, ohne nach den jeweiligen historisch vorgefundenen Kontexten zu fragen. Viel zu stark war offenbar der Wunsch, den Brauch in eine möglichst weit zurückliegende Vergangenheit verfolgen zu können und so Kontinuitäten und vermeintliche Abfolgen erstellen zu können – Utz Jeggle nennt dieses im Zusammenhang mit Brauchbelebungen oft zu beobachtende Anliegen treffend einen «Zwang zum Urtümlichen».<sup>17</sup> Dabei wurden auch fehlende Elemente der eigenen Logik geopfert, indem beispielsweise der Umstand übergangen wurde, dass sich für die römischen Saturnalien nirgends ein Hinweis auf den Losentscheid per Kuchen oder Bohnen finden liess. Die rund 1000 Jahre ohne jegliches Zeugnis für den Brauch wurden zudem geflissentlich übergangen, so dass die gesamte Analogie Währens eher unwahrscheinlich ist. So verrät denn auch die Volkskundlerin Ingeborg Weber-Kellermann in ihrer Darstellung einige Skepsis gegenüber diesen historischen Ursprungsmythen, die Währen hier angeblich gefunden haben will. Sie schreibt vorsichtig abwägend: «Angeblich geht er [der Brauch des Dreikönigskuchens] auf die römischen Saturnalien zurück und gehört in den Kultbereich einer Verehrung des Gottes Saturnus, der das menschenfreundliche Regiment eines Schlaraffenkönigs zu führen schien».<sup>18</sup>

Eine besondere Aufmerksamkeit erhielten im Zuge der Forschungen von Max Währen die einzelnen Brauchelemente. Naturgemäss waren dies bei einem Gebäck- und Brotforscher die Zusammensetzung und die Form des Dreikönigskuchens. Dann erfuhr aber auch der unscheinbare Losgegenstand erhöhte Beachtung. War er traditionsgemäss eine Bohne, die als leicht erhältliches Lebensmittel



seine Gestalt als Fremdkörper auch nach dem Backen behielt, wurden dafür einerseits brauchpraktische Gründe angeführt. Daneben finden sich aber auch mythologisierende Deutungen der Bohne als Fruchtbarkeitssymbol, als Symbol für das neugeborene Kind von Bethlehem und als Reminiszenz an die antike Herkunft des Brauches, denen aus einer volkskundlich-wissenschaftlichen Sicht skeptisch zu begegnen ist.<sup>19</sup> Neben der Bohne fand Währen Belege für Münzen und ab dem 18. Jahrhundert in Frankreich auch Porzellanpüppchen. Währen publizierte seine Forschungen ab 1947 in verschiedenen Aufsätzen in Tageszeitungen und rief dabei engagiert dazu auf, den «alten Brauch vor dem Zerfall zu retten».<sup>20</sup> Seine Bemühungen blieben aber so lange erfolglos, bis sich ein institutioneller Brauchträger des Dreikönigskuchens annahm.

### **Der Schweizerische Bäcker- und Konditorenverband als Brauchvermittler und Multiplikator**

Die Publikation der Nachforschungen von Währen stiess beim befreundeten Bruno Heilinger, dem damaligen Zentralsekretär des Schweizerischen Bäcker- und Konditorenverbandes SBKV, auf Interesse. Bald unterstützte Heilinger die Bemühungen von Währen für eine «Wiederbelebung» des Brauches mit der institutionellen und finanziellen Kraft des Verbandes des selbständigen Bäckergewerbes. Durch die Fachschule Richemont der Bäcker und Konditoren in Luzern wurde ein spezielles Dreikönigskuchen-Rezept entwickelt, das aus Hefeteig, Butter, Sultaninen und Mandel besteht, und die Form des Kuchens auf ein grosses Mittelstück mit kreisförmig angeordneten runden Kuchenstücken festgelegt, was als Sinnbild des Königs mit seinen Vasallen erklärt wurde. Im November 1952 wurde der Dreikönigskuchen an einer Medienkonferenz in der Fachschule Richemont in Luzern vorgestellt und inszeniert; auch wurde Informationsmaterial an die Bäckermeister gesandt und in der Fachzeitschrift veröffentlicht.<sup>21</sup> Zusätzlich wurde am 3. Januar 1953 eine Radiosendung unter Mitarbeit von Max Währen ausgestrahlt und dabei das «lustige Spiel» mit dem Dreikönigskuchen in der Familie erläutert und dem Publikum erklärt.<sup>22</sup> Bedenkenswert ist mithin der Umstand, dass mittels des Dreikönigskuchens – wie mit jedem Brauch übrigens – eine bestimmte Norm- und Wertstruktur transportiert wurde. Währen und der SBKV verbanden den Brauch mit Familien-Diskursen, denen eine gewisse Modernitätskritik anhaftete. Die Schweizer Familie der 1950er Jahre sollte auch im Sinne einer kulturellen Rückbesinnung durch alte Bräuche gestärkt werden. Währen schrieb dazu: «Unser Zeitalter brachte es mit sich, dass sich oft ein nicht geringer Teil des Familienlebens – wenigstens in den Städten – ausserhalb der Familie abspielt. Die Familie bedarf deshalb mehr denn je des trauten Zusammenseins, der Freude und inneren Wärme, die auch aus ihrem eigenen Schoss gespiessen werden. Schon immer haben in dieser Beziehung unsere Bräuche eine schöne Aufgabe erfüllt. Nebst den anderen lieb gewordenen Anlässen vermag uns ebenfalls das mit dem Königskuchen verbundene

Familienfest zu beschenken... Gewiss, das Glück spielt gerade in unserm Brauch eine Rolle. Es ist aber nicht mehr als zunächst ein Zufall, ein rein äusseres Glück, welches dann jedoch durch das fröhliche Fest seinen Weg zum Herzen der Familie findet.»<sup>23</sup> Es ist in dieser Lesart also vor allem die gemeinschaftsbildende Funktion, die gemeinsam mit der alten Kontinuität des Brauches soziale, emotionale und nostalgische Bedürfnisse bedient. Die erstmalige Lancierung des Brauches und die Aktion waren ein grosser Erfolg, es wurden nämlich 1953 in der Schweiz etwa 50 000 Dreikönigskuchen verkauft. Sehr bald engagierten sich auch die beiden grossen Lebensmittelgenossenschaften Migros und Coop und verkauften ebenfalls Dreikönigskuchen. Der soziale Aspekt wurde durch die Verteilung von Dreikönigskuchen in Behindertenheimen und durch Spendenanteile von jedem verkauften Kuchen an Blindenwerke zusätzlich unterstrichen.<sup>24</sup> Bereits nach einem Jahr wurde das Argument der «Tradition» eingebracht, hiess doch die offizielle Werbung für den Kuchen 1954: «Am Dreikönigstag den traditionellen Kuchen!» In der Tages-Presse wurden mit grossem Aufwand Propagandaartikel veröffentlicht, und der Verband versorgte Journalisten mit den Forschungen und Sinngebungen von Max Währen und die Bäckereien mit Plakaten in allen Landessprachen.<sup>25</sup> Sukzessive erhöhten sich die Verkaufszahlen der Dreikönigskuchen: 1970 waren es 200 000 Stück, 1980 bereits rund eine Million.<sup>26</sup> Der Aktion lohnte sich für die Bäcker auch finanziell, wenn auch Widerstände gegen den «künstlich lancierten Brauch» bei einzelnen nicht ausblieben, die sich aber den geweckten Kundenwünschen beugen mussten.<sup>27</sup> Heute ist der Dreikönigskuchen nach Aussagen des Medienverantwortlichen des SBKV die «populärste Tagesaktion für die Bäckerbranche».<sup>28</sup> Geschickt war die Kreierung eines Standardrezepts und einer standardisierten Form des Kuchens, an die sich die Bäcker zu halten haben. Beides erhöht bei den Konsumenten den Wiedererkennungseffekt und hilft dem Brauch zur Verbreitung. Erst durch diese feste Form wird der Kuchen als zentrales Element des Brauches gegen aussen legitimiert. Dieser Vorgang lässt sich auch bei anderen «traditionellen» Produkten beobachten, die durch eine zentrale Ausbildung mit Produktionsstandards geformt werden.<sup>29</sup> Allerdings schränkt dies auch die jeweilige Gestaltungsmöglichkeiten der Bäcker ein. Gerade aus den frühen Jahren der «Revitalisierung» des Brauches sind Fälle bekannt, in denen sich Bäcker nicht an das «von der Fachschule herausgegebene Rezept» hielten, sondern gewöhnlichen Teig verwendeten, «was wenig Begeisterung auslöste», wie es dazu in der Verbandszeitung heisst. Der Verband kritisierte dieses Verhalten disziplinierend und schloss daraus betrubt: «Wenn das so weiter geht, sind alle Bemühungen, den schönen alten Brauch wieder aufleben zu lassen, umsonst.»<sup>30</sup> Die intensive Werbung unter einer zentralen Führung des gesamtschweizerischen Verbandes und die bei den Brauchträgern erfolgreich angesprochenen nostalgischen und emotionalen Bedürfnisse bewirkten die enorme Popularität des Brauches bis in die heutigen Tage.



## Volkskundlich-phänomenologische Bemerkungen zum Dreikönigskuchen

Der Dreikönigskuchen ist terminlich an den Dreikönigstag, den 6. Januar, gebunden und stellt damit einen jährlich wiederkommenden Brauch im Jahreslauf dar, der auf seine Weise die Zeit rhythmisiert und markiert. Der Dreikönigstag ist als letzter Festtag der Weihnachtszeit volkskundlich vergleichsweise gut erforscht.<sup>31</sup> An ihm findet sich vielfältiges Brauchhandeln in der Form des Abräumens des Weihnachtsbaumes, des Umgießens des Silvesterbleis und der hier interessierenden Bräuche der Dreikönigsspiele, des Sternsingens, der Hauseinsegnungen und des Bohnenfestes mit der spielerischen Losbestimmung mittels eines Kuchens. Ursprünglich war der 6. Januar im Kirchenjahr der Zeitpunkt der Erinnerung an die Taufe Christi, und er ist es bis heute in der orthodoxen Ostkirche geblieben. Epiphanias als «Erscheinung des Herrn» war in diesem Sinne der Tag der Offenbarung des Heiligen Geistes und der erste Schöpfungstag. Als im Hochmittelalter Kaiser Friedrich I. Barbarossa die Reliquien der im Matthäus-Evangelium erwähnten Magier und später zu den Heiligen Drei Königen umgedeuteten Caspar, Melchior und Balthasar in den Dom von Köln brachte, entwickelte sich starkes volksreligiöses Brauchhandeln rund um die vom Stern geleiteten und mit den Geschenken Gold, Myrrhe und Weihrauch ausgestatteten Könige. Sie wurden zu Schutzpatronen und Nothelfern mit einer festen Ikonographie und einem theologischen Programm, obwohl sie im strengen Sinne keine Heiligen der katholischen Kirche darstellen.<sup>32</sup>

Das Sternsingen als Heischebrauch meist junger Männer oder Kinder, die von Hof zu Hof gehen und für ihre Darbietung entlohnt werden, ist in ganz Europa weit verbreitet, bis heute zu finden und zudem quellenbasiert bis ins 16. Jahrhundert zurück belegt, weil es erhebliche behördliche Sanktionen erfuhr. Ebenfalls eine beachtliche Verbreitung fanden die Dreikönigsspiele, die als öffentliche Aufführungen die Geschichte des Besuchs der Könige an der Krippe in Bethlehem inszenieren, heute aber kaum mehr anzutreffen sind.<sup>33</sup> Das Einsegnen von Haus und Hof mittels einer geweihten Kreide und durch das Anbringen der Initialen der Könige und der Jahreszahl findet sich vor allem in katholischen Gegenden und lebt ebenfalls bis heute. Der in weiten Teilen Europas in unterschiedlichen Epochen verbreitete Brauch des Bohnenfestes mit dem Verstecken einer Bohne in einer Speise, die den Finder zum König des Festes ernannte, dieser Brauch, der uns hier als «Vorläufer» des heutigen Dreikönigskuchenfestes besonders interessiert, ist in seiner dynamischen Erscheinungsform des Essens und Trinkens vor allem ikonographisch gut dokumentiert.<sup>34</sup> Dabei wurde offenbar im Mittelalter und in der Frühen Neuzeit ein karneavaleskes Fest mit der Bildung eines «närrischen Hofstaats» gefeiert, das in einem Bezug zu den Dreikönigsspielen, aber auch zur kommenden Fasnacht stand.<sup>35</sup> Vor allem bei flämischen Malern des 16. und 17. Jahrhunderts, genannt seien David Ryckaert, Gabriel Metsu, Jan Steen und vor allem Jacob Jordaens<sup>36</sup>, war dieser Brauch ein beliebtes Motiv und wurde meist als ausgelassenes Fest mit Orgiencharakter dargestellt. Es sind diese Bilder,

die auch für die jüngere Brauchgeschichte in der Schweiz eine Rolle gespielt haben, indem sie Max Währen als Anstoss zu seinen Recherchen dienten.

Wenn wir nun auf die ältere volkskundliche Forschung blicken, die in der Schweiz in der Tradition der Sachforschung auch nach der Verbreitung von Bräuchen gefragt hatte, begegnet uns der Brauch des Dreikönigskuchens bereits in der frühen Abhandlung über «Feste und Bräuche des Schweizervolkes» des Gründers der schweizerischen Volkskunde Eduard Hoffmann-Krayer. Unter den «kalendaren Bräuchen» eingereiht finden sich an Dreikönig neben den Sternsängern und Lärmbräuchen auch eine knappe Notiz über das «Backen von Bohnenkuchen», wobei das Stück mit der Bohne den Finder entweder zum «Bohnenkönig» macht, wie im Kanton Bern, oder in zum Anschreiben der Namenfolge C.M.B. mit Kreide bestimmt, wie aus dem Kanton Aargau berichtet wird, wobei alle diese Angaben «nicht ganz sicher bezeugt» seien.<sup>37</sup> In den volkskundlichen Erhebungen, die in der Zeitschrift Schweizer Volkskunde in den 1930er-Jahren durchgeführt wurden, erscheint der erneut «Bohnenkuchen» genannte Brauch nur am Rande. So heisst es, er sei in der Vergangenheit «nach einzelnen, nicht ganz zuverlässigen Berichten» in den Kantonen Aargau und Bern «üblich gewesen».<sup>38</sup> Auch der Aufruf zu Berichten über Bräuche am Dreikönigstag brachte keinen Hinweis auf den «Bohnenkuchen». In den kulturräumlich geprägten Recherchen zum Monumentalwerk «Atlas der schweizerischen Volkskunde» stellte das Brauchtum am Dreikönigstag eine eigene Frage dar und wurde auf einer Karte dargestellt.<sup>39</sup> Demnach war er in der Westschweiz und dem Wallis, wohl durch die Nähe zu Frankreich als wichtiges Brauchgebiet des Bohnenkuchens, lange verbreitet, wobei sich als Brauchträger vor allem Familien und Vereine betätigten. In der Deutschschweiz findet sich nur eine einzelne Gemeinde, die den Brauch kennt. Der Bohnenkuchen wurde dabei aber wegen seinem «Einkönigstum» in einen anderen Zusammenhang eingeordnet als die Darstellung der Drei Könige, und zudem wurden gegenüber einer ungebrochenen Tradition zurück in vorreformatorische Zeiten Vorbehalte angebracht. Im Jahre 1940 befand sich der Brauch am Aussterben, wie die Gewährsleute berichteten. Unter Bezug auf Hoffmann-Krayer und die spärlichen seitherigen Berichte verortet Notker Curti den Brauch des «Bohnenkönigs» 1947 dann vor allem im Jura.<sup>40</sup> Zusätzlich sei an diesem Brauch das «Kirchliche ganz in den Hintergrund getreten», wie der Pater Curti durchaus kritisch anführt, hingegen beweise der Umstand, dass «durch die Bohne einer König wird... irgendwie den Zusammenhang mit den Dreikönigsspielen». Ganz wohl scheint es dem Autor bei der Deutung des Brauchelements offenbar nicht gewesen zu sein. Nach der «Revitalisierung» durch Währen und den Berufsverband der Bäcker und Konditoren in den 1950er-Jahren reagierte auch die wissenschaftliche Volkskunde in der Schweiz und wandte dem Dreikönigskuchen in den neueren Übersichtsdarstellungen zu «Volksbräuchen» neue Aufmerksamkeit zu. So widmete Walter Heim dem Brauch 1983 einige Abschnitte, erwähnte dabei auch die jüngste Brauchgeschichte, ohne dabei aber die Deutungen von Max Währen zu übernehmen, und interessierte sich hingegen für die neu entstandenen gesellschaftlichen Anlässe rund um den Dreikönigskuchen,



wie Senioren- oder Kuchenfeiern in den Pfarreien.<sup>41</sup> Im Werk «Jahresbrauch im Zeitenlauf» von Eduard Strübin schliesslich findet der Brauch breite Erwähnung, und der Autor führt dabei rezente Entwicklungen speziell aus dem Baselland an.<sup>42</sup> Demnach sei der Brauch im Jahre 1989 im basellandschaftlichen Gelterkinden «in voller Blüte», so dass fast 88% der befragten Schulkinder den Brauch in ihrer Familie praktizierten.

Die von Max Währen im Zuge der «Revitalisierung» in den 1950er Jahren gesetzten Deutungen erweisen sich in Kontexten einer interessierten Öffentlichkeit, und dies ist zumindest partiell auch einem Versäumnis der Volkskunde als Disziplin geschuldet, als äusserst resistent und zählebig. So tauchen die funktionalen Erklärungsangebote und Postulate eines angeblichen uralten Brauches in variablen Zusammensetzungen und Kontexten bis zum heutigen Datum immer wieder auf, sei es in Publikationen aus dem Umfeld der Bäcker<sup>43</sup>, oder aber in der Tagespresse in inhaltlich sehr ähnlichen Meldungen naturgemäss meist im zeitlicher Nähe zum Dreikönigstag.<sup>44</sup> Aber auch in aktuellen Brauchratgebern, die sich an Familien oder an ein religiöses Umfeld richten, finden sich die deutenden Diskurse zum Dreikönigskuchen vermischt mit einem Sammelsurium von faktischen Feststellungen meist unhinterfragt abgedruckt. Beispiele dafür sind im deutschsprachigen Raum die Bücher von Manfred Becker-Huberti oder von Helga Maria Wolf. Dem «Bohnenfest» werden da «römische und orientalische Vorbilder» zugesprochen, bohnenmythologische Erklärungen dargelegt und eine lange Geschichte des Brauches bis in die Gegenwart postuliert, indem auf die jeweils ältesten Quellenstellen hingewiesen wird, während zugleich Rezepte für den Kuchen angegeben werden.<sup>45</sup>

### **Zwischen sozialer Norm und Kommerz – der Dreikönigskuchen als moderner Brauch**

Der Brauch des Dreikönigskuchen präsentiert sich heute vor allem als «Familienbrauch mit geselligem Unterhaltungscharakter»<sup>46</sup>, er findet sich aber auch in Vereinen, in Schulen und Kindergärten, am Arbeitsplatz oder sogar an spezifischen Anlässen zur Brauchausübung, beispielsweise an von den in der Schweiz zahlreichen Vereinen durchgeführten Feiern. Zudem ist der Dreikönigskuchen aufgrund seiner äussersten Begrenztheit an sonstigen Brauchelementen prädestiniert für die Integration in andere Kontexte. Der Dreikönigskuchen benötigt weder rituelle Sprüche, noch Masken oder speziell informierte Brauchträger oder Wissen über das brauchgeprägte Handeln. Der Kauf des Dreikönigskuchens in einer Bäckerei oder im Lebensmittelgeschäft – das Selberbacken scheint angesichts der in Kochbüchern und im Internet überaus zahlreich vorhandenen Rezepte noch nicht ganz aus der Mode gekommen zu sein – genügt zur kompletten Brauchausübung. Die Konsumierenden erwerben dabei alle minimal nötigen Utensilien, die aus einer Königskrone aus Goldpapier und aus dem eingebackenen Königsfigürchen aus geschmacklo-

sen und hitzeresistenten Kunststoff bestehen. Auch ist der religiöse Bezug – wie er zumindest für Frankreich nachgewiesen werden kann – in der Schweiz bis zur völligen Unkenntlichkeit reduziert, so dass beispielsweise die Papierkrone zwar meist auf die französische Lilie als Symbol eines Königshauses anspielt, aber keinen Hinweis auf die «Heiligen Drei Könige» enthält (vgl. Abbildung 3). Dennoch finden sich Kirchgemeinden und Pfarreien, die Dreikönigskuchen im Anschluss an einen Epiphanie-Gottesdienst servieren.<sup>47</sup> Der Verzehr des Dreikönigskuchen als Ritual im familiären Rahmen des gemeinsamen Abendessens, das allenfalls in die drei Elemente «Auswählen des Kuchenstückes», «Finden des Königs», «Krönung des Finders» unterteilt werden kann<sup>48</sup>, genügt sich offenbar selbst und kommt ohne grosses weiteres Zeremoniell aus. Diese Knappheit an zusätzlichen Brauchelementen und die denkbar einfache Brauchausübung mit einem minimalen Repertoire an ritualisierten Elementen eröffnen dem Dreikönigskuchen als Brauchgebäck ideale



Abbildung 3: Königskronen aus Goldpapier in der Bäckerei des Allgemeinen Consum-Vereins Basel 1972 (Staatsarchiv Basel Stadt, BSL 1013 1-5286 1, Foto Hans Bertolf)



Anschluss- und Anwendungsmöglichkeiten in variablen Kontexten im Bereich der Werbung oder der politischen Aktion. So wurde und wird der Kuchen für politische Wahlwerbung wie im Zürcher Stadtpräsidiumswahlkampf 2009, zur Kundenbindung durch die Gratisverteilung von 2600 Kuchenstücken wie die «Züri-Becks» in Wädenswil, für Wettbewerbe mit «königlichen Preisen» für die Finder von goldenen Königen oder durch das Einbacken von Goldmünzen anlässlich eines Firmenjubiläums einer Bäckerei, verwendet.<sup>49</sup> Einen speziellen Reiz scheint das Backen und Verteilen von möglichst grossen Dreikönigskuchen zu haben, so finden sich beispielsweise Riesenkuchen an Neujahrsapéros von Gewerbevereinen im Baselland, zum Fundraising eines regionalen Fussballturniers in der Ostschweiz oder als Spezialaktion eines Hotels in Luzern.<sup>50</sup> Ein Kontext der Brauchanwendung, der im Zunehmen begriffen ist, stellt das Essen des Dreikönigskuchens in Betrieben und Bürogesellschaften der modernen Dienstleistungsgesellschaft dar. In der Schweiz hat es sich in zahlreichen Geschäften und Büros eingebürgert, dass der Betrieb bei einer Bäckerei einen Dreikönigskuchen bestellt und offeriert, teilweise auch mit Sonderwünschen wie Königsfigürchen in jeden Kuchenstück. Dieses Übergreifen eines Familienbrauches in die Arbeitswelt stellt für die Brauchforschung eine hochrelevante Beobachtung dar, zeigt sich doch anhand eines Beispiels die ambivalente und zeitgleiche Entwicklung der Brauchausübung sowohl im Rahmen einer zunehmenden Privatheit als auch in der öffentlichen Zelebrierung. Damit öffnet das Phänomen des Dreikönigskuchens den Forschungsblick auf das Feld der Bräuche in der Unternehmens- und Bürokultur.<sup>51</sup> Die Frage nach der kulturellen Bedeutung des Brauchhandelns in diesen neuen Kontexten stellt sich dabei umso dringlicher. Generell kann vermutet werden, der Brauch ver helfe als rituell wiederkehrendes Element dazu, die sozialen Bindungen innerhalb der temporären Bürogemeinschaft zu festigen und bediene auf diese Weise ähnliche Bedürfnisse nach Emotionalität wie in der Familie. Es kann darüber hinaus zumindest angenommen werden, der Brauch diene auch in der hierarchisch gestalteten Arbeitswelt der Sicherung ebendieser Abstufung, wobei eine zunehmend enthierarchisierte Familienstruktur den Brauch in dieses neue Anwendungsfeld transferieren half. Diese These geht davon aus, dass der Brauch seine Anziehung aus einer bestehenden Hierarchie bezieht, die er spielerisch gerade zu festigen hilft. Es ist hier nicht der Platz, um die Debatten über «verkehrte Welten» in Bräuchen und deren Missdeutungen in der Fachgeschichte neu aufzurollen.<sup>52</sup> Es möge die Bemerkung genügen, dass zumindest die beobachtbare Förderung des Brauches durch die Unternehmen, Betriebe und Büros selber kaum auf eine beabsichtigte Durchbrechung der das Jahr über bestehenden Hierarchie in der Arbeitswelt hindeutet.

In jüngster Zeit machen sich im Bereich der Königsfigürchen, die vor allem in Frankreich als Kunst- und Sammelobjekte bereits einige Forschungsaufmerksamkeit erhielten<sup>53</sup>, einige Veränderungen bemerkbar. Die in den Kuchen eingebackenen Figürchen beginnen sich zunehmend von der traditionellen Figur des Königs zu lösen. In Frankreich lösten ab 1870 Figürchen aus Porzellan die Bohnen ab, und deren Beliebtheit hat bis heute nicht nachgelassen, während die Figürchen in der

Schweiz ab der «Neuerfindung» seit 1953 aus weissem Kunststoff hergestellt werden. Bereits seit Jahrzehnten waren in der Westschweiz Königinnenfigürchen weitverbreitet und haben im Zuge der Gleichstellungsdiskussion auch in der Deutschschweiz Einzug gehalten, wo sie beispielsweise oftmals paritätisch in die Kuchen verteilt werden. Die ursprünglichen Figürchen, von denen doch immerhin eine gewisse Formenvielfalt bestand (vgl. Abbildung 4), vereinheitlichen sich zusehends in der Form. Erst in jüngster Zeit machen sich hier erneut erhebliche Veränderungen bemerkbar, die wiederum meist aus kommerziellen Überlegungen stattfinden. So verkaufen die Basler Bäcker in ihren Dreikönigskuchen seit 1999 goldene



Abbildung 4: Königs- und Königinnenfigürchen 1973 (Staatsarchiv Basel Stadt, BSL 1013 1-5770 2, Foto Hans Bertolf)

Könige, um sich auf diese Weise von den beiden Grossverteilern abzuheben, wie sie es selber formulieren.<sup>54</sup> Seit 2004 bietet die Pistor als Serviceunternehmen des Bäckereigewerbes in der Schweiz zudem Porzellanfigürchen an, die unterschiedliche kommerzielle Comicfiguren aus der modernen Unterhaltungsindustrie darstellen. Dabei finden sich aktuelle Figuren aus Animationsfilmen wie Ice Age, Asterix oder Lucky Luke oder aus Trickfilm-Fernsehserien wie die Simpsons, Mickey Mouse oder Pink Panther. Diese Figuren sind bemalt und pro Serie in jeweils 9–12 Sujets erhältlich. Hintergedanke ist dabei offenbar, dass die Figuren als Sammelobjekte speziell für Kinder dienen, wie es internationale Fastfood-Restaurants mit



ihren auf Kindern ausgerichteten Spielfiguren-Beilagen zu Mahlzeiten erfolgreich vormachen. Der Absatz dieser Porzellanfiguren ist beim schweizerischen Bäcker- und Gebäckergewerbe rasant im Steigen begriffen, während die Nachfrage nach den weissen Königsfigürchen stagniert.<sup>55</sup> Wie sich dieser zusätzliche Kommerzialisierungsschritt auf die Zukunft des Brauches auswirken wird, bleibt anzuwarten. Immerhin ist diese Aufnahme aktueller Themen ein Zeichen der Vitalität des Brauchs. Allerdings kann sicher festgehalten werden, dass mit dem Verschwinden der Königs- oder Königinnenfigürchens einer der ohnehin wenigen brauchmässigen Bezüge zum Dreikönigstag dahinfällt. Ob sich ein Kuchen, in dem sich ein Figürchen eines aktuellen Comic-Helden aus Porzellan befindet, der den Träger zum spielerischen König für einen Tag erkürt, für die Brauchhandelnden sinnhaft einordnen lässt, darf daher zumindest angezweifelt werden. Löst sich dann, wie dies bei anderem Brauchgebäck aus dem Kontext der Fasnachtszeit zu beobachten ist, auch noch die terminliche Beschränkung der Verfügbarkeit aus Umsatzüberlegungen, wandelt das Traditionsgebäck und damit der Brauch nahe an der Grenze zur postmodernen Beliebigkeit.<sup>56</sup>

## Ausblick

Der Brauch des Dreikönigskuchens war 1950 in der Schweiz, abgesehen von einigen wenigen Orten in der Westschweiz, nicht bekannt. Durch das Engagement eines einzelnen Akteurs und der Unterstützung seiner Bemühungen durch einen gesamtschweizerischen institutionellen Verband wurde er als anschlussfähiges Zusammenspiel von Archaisierung und Innovation mit hohem Deutungsoffenheit in kürzester Zeit weit verbreitet und stellt heute einer der bekanntesten Bräuche in der Schweiz dar. Als Gründe für den durchschlagenden und anhaltenden Erfolg des Dreikönigskuchens mögen verschiedene Sachverhalte zusammenwirken. Der Brauch ist diskursiv zum einen sehr geschickt an die jeweiligen historischen und sozioökonomischen Kontexte angepasst, eine Ausrichtung, die auf Max Währen als «Brauchneuerfinder» zurückgeht. Indem der Dreikönigskuchen in der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg nicht etwa als nationaler Brauch revitalisiert wird, sondern vielmehr als weit zurückreichender historischer Brauch der Antike konstituiert werden kann, umgeht er die Gefahren einer zu starken nationalen Mythologisierung und passt sich ideal und gleichsam «ideologieunverdächtig» in die Nachkriegszeit ein. Zusätzlich erhöht die postulierte Kontinuität des Brauches die Plausibilität für die Brauchträger. Zum anderen begegnet Währen der ursprünglichen protestantischen Skepsis gegen eine brauchmässige Heiligenverehrung und gegen überbordende Festfreude mit einer konsequent säkularisierten und familienbasierten konfessionsübergreifenden Deutung des Dreikönigskuchens.<sup>57</sup> Der Brauch präsentiert sich darüber hinaus als denkbar einfach in der rituellen Ausübung, ist terminlich fix verortet und bedingt bei den Brauchträgern weder spezifisches Wissen noch formalisierte Rollen. Indem der Dreikönigskuchen schliesslich in einem

zweiten Schritt von einem grossen Berufsverband werbetechnisch und unter Verwendung aller Medienkanäle regelrecht propagiert wurde, beginnt durch die skizzierte Anschlussfähigkeit für unterschiedliche Interessen und seine variable und äusserst einfache Handhabung seine Erfolgsgeschichte. Der Dreikönigskuchen ist damit ein Beispiel für die generell zu beobachtende Tendenz der Übernahme von Bräuchen mit festen Terminen im Jahreslauf durch kommerzielle Interessengruppen. Dabei bleibt der Berufs-Verband als Trägergruppe und die Prozesse einer «Brauch-Propagierung» durch volkskundliche und historische Begründungen für die Brauchhandelnden selbst in ihrer Wahrnehmung irrelevant und intransparent. Gerade durch das minimale Repertoire an Brauchelementen, wenngleich verbunden mit einer behaupteten «alten Tradition», eröffnen sich dem Brauch des Dreikönigskuchens eine Fülle von Brauchkontexten, die vom familiären Fest über Vereinsanlässe bis zu politischer Propaganda oder simplen Werbemassnahmen reichen. Der Erfolg dieses Brauchgebäcks auch in der modernen Arbeitswelt der Dienstleistungsgesellschaft beweist dabei die Flexibilität und Offenheit der symbolischen Deutungsangebote des Brauches, die aus den 1940er Jahren stammen. Hier nämlich erhält der Dreikönigskuchen als rituell wiederkehrender Brauch seine Bedeutung zur Herstellung sozialer Bindungen und der Stabilisierung von Hierarchien innerhalb der Unternehmens- und Bürokultur.

Als generelles Fazit bleibt zu konstatieren, dass volkskundliche Brauchforschung nach wie vor nötig ist. Dabei kommt auch einer historischen Brauchforschung eine dringliche Aufgabe zu, die Bräuche selber konsequent historisiert. Es ist dabei essentiell, gerade auch gegenwärtige Bräuche und die unterschiedlichen Akteure und Brauchhandelnden zeithistorisch zu betrachten und zunehmend quellen- und diskurskritisch nach ihrer jeweiligen Funktion und kulturellen Bedeutung und den damit verbundenen Interessen zu fragen. Die historische Brauchforschung hat also auch in der Zeitgeschichte, in der Periode seit dem Zweiten Weltkrieg, ihr Aufgabenfeld zu suchen. Gerade für die Analyse dieser Phase der global wirksamen Umbrüche, des verstärkten Einflusses von Unternehmensmacht und Kommerzialisierung und der wirklichkeitskonstituierenden Deutungshoheit von Medien und Infotainment ist eine nüchterne dekonstruierende Kulturwissenschaft wie die Volkskunde wichtiger denn je.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Dabei folge ich lose der Auffassung von «Bräuchen als Sprache», wie dies Weber-Kellermann, Ingeborg. Saure Wochen-Frohe Feste: Fest und Alltag in der Sprache der Bräuche, München und Luzern 1985, S. 7 formuliert hat.
- <sup>2</sup> Vgl. für die belgischen Region um Limburg: Döring, Alois. Nikolaus, Weihnachtsmann und die Heiligen Drei Könige: Brauchwandel an Rhein und Maas seit 1945, in: Volkskultur an Rhein und Maas, Nr. 2, 2002, S. 17–37, speziell S. 33–36.
- <sup>3</sup> In Frankreich und Belgien heisst er «Galette des Rois», in Spanien «Roscones», wobei sich sowohl die Zusammensetzung des Kuchens als auch der damit verbundene Brauch in gewissen Punkten unterscheiden.
- <sup>4</sup> Ryser, Regina. Wie der König ins Brot kommt, in: Swissbaker, 23. Dezember 2004.



- <sup>5</sup> Angaben nach: Königinnen und Könige aus Plastic: Dreikönigskuchen als Umsatzschlager im Bäckerjahr, in: *Neue Zürcher Zeitung*, 6. Januar 2000, S. 37. Detaillierte Verkaufszahlen sind nicht vorhanden, bzw. werden nicht mitgeteilt.
- <sup>6</sup> Vgl. zu diesem in den Kulturwissenschaften – besonders in den Geschichtswissenschaften – bis heute äusserst fruchtbaren Konzept: Hobsbawm, Eric, Ranger, Terence. *The Invention of Tradition*, Cambridge 1983.
- <sup>7</sup> Vgl. als gelungenes Beispiel für eine Umsetzung einer solchen Sichtweise Johler, Reinhard. *Die Formierung eines Brauches: Der Funken- und Holepfannsonntag*. Studien aus Vorarlberg, Liechtenstein, Tirol, Südtirol und dem Trentino, Wien 2000.
- <sup>8</sup> Vgl. hierzu auch Brückner, Wolfgang. *Brauchforschung tut not*, in: *Jahrbuch für Volkskunde*, NF 21, 1998, S. 107–138. Richard Weiss hat bereits früher von einem «Kernstück des Faches» gesprochen, vgl. Weiss, Richard. *Volkskunde der Schweiz: Grundriss*, Erlenbach 1946, S. 155.
- <sup>9</sup> Vgl. für ein Plädoyer für «Bräuche» als «Gegenstand der hier zuständigen Disziplin» Bimmer, Alexander C. *Brauchforschung*, in: Brednich, Rolf W. (Hg.). *Grundriss der Volkskunde: Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*, Berlin 2001 (3. Aufl.), S. 375–395.
- <sup>10</sup> Wottreng, Willi. *Nachrufe: Max Währen – Brotforscher*, in: *NZZ am Sonntag*, 28. Dezember 2008, S. 14. Vgl. auch: *Der Mann weiss alles übers Brot*, in: *Berner Zeitung*, 26. August 1999.
- <sup>11</sup> Der Hinweis auf das Bild «Das Bohnenfest» von 1668 über dem Sofa der Eltern findet sich in: Währen, Max, *Jahrhunderte alte Kunstwerke über den Königskuchen*, in: *Bäcker-Konditor-Zeitung*, Nr. 51/52, 23. Dezember 1994, S. 5.
- <sup>12</sup> Die (argumentativ teilweise ziemlich gewagten) Forschungen zum Dreikönigskuchen wurden 1958 unter einem vielsagenden Titel publiziert, vgl. Währen, Max. *Der Königskuchen und sein Fest: Ein uralter Brauch in Gegenwart in glanzvoller Vergangenheit*, Bern 1958. Die nachfolgenden Angaben stammen aus dieser Broschüre.
- <sup>13</sup> Währen, Max. *Der Königskuchen und sein Fest*, in: Währen, Max. *Gesammelte Aufsätze zur Brot- und Gebäckkunde und -geschichte*, Ulm 2000, S. 797–804, hier S. 797.
- <sup>14</sup> Brückner, *Brauchforschung* (wie Anm. 8), S. 131.
- <sup>15</sup> Währen, *Königskuchen* (wie Anm. 12), S. 27.
- <sup>16</sup> Hierzu jüngst Fugger, Dominik. *Das Königreich am Dreikönigstag: Eine historisch-empirische Ritualstudie*, Paderborn, München, Wien und Zürich 2007, speziell S. 71–74.
- <sup>17</sup> Jeggle, Utz. *Sitte und Brauch in der Schweiz*, in: Hugger, Paul (Hg.): *Handbuch der Schweizerischen Volkskultur*, Bd. 2, Basel und Zürich 1992, S. 603–628, hier S. 620.
- <sup>18</sup> Weber-Kellermann, Ingeborg. *Das Weihnachtsfest: Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit*, Luzern und Frankfurt a. M. 1978, S. 192.
- <sup>19</sup> Vgl. ebenfalls skeptisch dazu die Deutungen bei Metken, Sigrid. «Es ist etwas Hartes, bohnergross, ein winziges Porzellanpüppchen ...»: König für einen Tag – ein französischer Brauch an Epiphanie, in: *Volkskunst*, Nr. 5, 1982, S. 250–257.
- <sup>20</sup> Der erste Artikel erschien 1947 (oder 1945, da sich widersprechende Aussagen von Max Währen finden) in der *Zürcher «Kaspar Post»*, der Aufruf zur Wiederbelebung (vgl. Zitat) 1950 in der *Neuen Zürcher Zeitung*, vgl. dazu Währen, Max, *Königskuchen – Teil unseres kulturellen Lebens*, in: *panissimo*, Nr. 50, 1990, S. 4.
- <sup>21</sup> Angaben nach Strübin, Eduard. *Jahresbrauch im Zeitenlauf: Kulturbilder aus der Landschaft Basel, Liestal* 1991, S. 55.
- <sup>22</sup> Vgl. dazu auch den Beitrag: *Von Königskuchen, Fussbällen, Schlittschuhen usw.*, in: *Der Bäcker und Konditor*, Nr. 2, 15. Januar 1953, S. 2.
- <sup>23</sup> Währen, *Königskuchen* (wie Anm. 12), S. 5.
- <sup>24</sup> Währen, Max. *Der Königskuchen hat unser Land erobert*, in: *panissimo*, Nr. 51/52, 1997, S. 4.
- <sup>25</sup> Die Broschüre von Währen, *Königskuchen* (wie Anm. 12), war dabei zentraler Informationsträger und wird bis heute auf Anfragen nach den Ursprüngen des Brauches durch den SBKV versandt. Vgl. als Beispiel für einen frühen Propaganda-Artikel: *Und wieder regiert der Bohnenkönig*, in: *Basler Zeitung*, 2. Januar 1954.
- <sup>26</sup> Ein alter Brauch zur Freude der Kinder, in: *Die Ostschweiz*, 5. Januar 1980, zit. nach Heim, Walter. *Volksbrauch im Kirchenjahr heute*. (Schriften der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde 67). Basel 1983, S. 50.
- <sup>27</sup> Beispiele finden sich bei Strübin, *Jahresbrauch* (wie Anm. 21), S. 56.
- <sup>28</sup> Aussage von Markus Tscherrig (SBKV), zit. nach Ryser, Regina. *Wie der König ins Brot kommt*, in: *Swissbaker*, 23. Dezember 2004.

- <sup>29</sup> Diesem Vorgang der Festschreibung eines Produkts begegneten die Wissenschaftler/-innen auch im Rahmen des Inventars des kulinarischen Erbes der Schweiz, vgl. für eine konzise Einführung dazu Boisseaux, Stéphane, Das Inventar des kulinarischen Erbes der Schweiz: Ein Beitrag zur Geschichte der Schweizer Ernährung, in: Antonietti, Thomas u.a. (Hg.). Rückkehr der Gegenwart: Volkskultur in der Schweiz, Baden 2008, S. 128–139.
- <sup>30</sup> Soll das Königskuchengeschäft wieder verschwinden?, in: Der Bäcker und Konditor, Nr. 2, 15. Januar 1955, S. 8.
- <sup>31</sup> Alle folgenden Angaben nach Weber-Kellermann, Weihnachtsfest (wie Anm. 18), S. 192–20. Jüngst hat sich Dominik Fugger kritisch mit den volkskundlichen Deutungen des Brauches befasst und dabei für eine quellennahe Deutung aus der Sicht der handelnden Menschen plädiert, vgl. Fugger, Königreich (wie Anm. 16). Dabei besteht allerdings aus geschichtswissenschaftlicher Perspektive die Gefahr, die quellenkritische Vorsicht und die Verschriftlichungsumstände dem Primat einer Suche nach der Sicht der damaligen Menschen unterzuordnen. Damit würde man die Quellen aber positivistisch als «wahre Zeugnisse» der Vergangenheit missverstehen. Die ältere Forschung zusammengefasst in Meisen, Karl. Die heiligen drei Könige und ihr Festtag im volkstümlichen Glauben und Brauch, Köln 1949.
- <sup>32</sup> Zu den historisch variablen theologisch-kirchlichen Deutungen des 6. Januar vgl. Schier, Gertrud. Epiphanie – Dreikönigstag (6. Januar), in: Vossen, Rüdiger: Weihnachtsbräuche in aller Welt: Weihnachtszeit – Wendezeit, Martini bis Lichtmess, Hamburg 1985, S. 145–152. Vgl. allgemein dazu auch Hofmann, Hans. Die Heiligen Drei Könige: Zur Heiligenverehrung im kirchlichen, gesellschaftlichen und politischen Leben des Mittelalters. Bonn 1975.
- <sup>33</sup> Ein Beispiel aus Fribourg präsentiert Schärmeli, Yvonne. Königsbrauch und Dreikönigsspiele im welschen Teil des Kantons Freiburg, Fribourg 1988.
- <sup>34</sup> Vgl. auch die Einträge «Bohnenkönig» (Bd. 1, S. 1473–1474) und «Königskuchen» (Bd. 6, S. 1055–1056) im Handwörterbuch des Deutschen Aberglaubens, Berlin und Leipzig 1927ff.
- <sup>35</sup> Geprägt durch (zu?) starken Blick auf die christlichen Einflüsse betont Moser, Dietz-Rüdiger, Bräuche und Feste im christlichen Jahreslauf: Brauchformen der Gegenwart in kulturgeschichtlichen Zusammenhängen, Graz, Wien und Köln 1993, S. 135–139, den Bezug zur Fasnacht.
- <sup>36</sup> Speziell Jacob Jordaens scheint eine Vorliebe für das Sujet gehabt zu haben, vgl. Fugger, Dominik, Versammlung der Narren: Eine drastische Szene zum Dreikönigstag des Malers Jacob Jordaens aus dem 17. Jahrhundert, in: Neue Zürcher Zeitung, Nr. 3, 5./6. Januar 2008, S. 45.
- <sup>37</sup> Hoffmann-Krayer, Eduard. Feste und Bräuche des Schweizervolkes: Kleines Handbuch des schweizerischen Volksbrauchs der Gegenwart in gemeinnütziger Darstellung, Zürich 1913, S. 122.
- <sup>38</sup> Schweizerische Volksbräuche am Dreikönigstag (6. Januar), in: Schweizer Volkskunde, 1931, Nr. 21, S. 8–10.
- <sup>39</sup> Atlas der Schweizerischen Volkskunde, hg. von Paul Geiger und Richard Weiss u.a., Erlenbach 1951, Karte II, S. 167 und Kommentar II, S. 85–87.
- <sup>40</sup> Curti, Notker. Volksbrauch und Volksfrömmigkeit im katholischen Kirchenjahr. (Volkstum der Schweiz 7). Basel 1947, S. 27–31.
- <sup>41</sup> Heim, Walter. Volksbrauch im Kirchenjahr heute. (Schriften der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde 67). Basel 1983, S. 50.
- <sup>42</sup> Strübin, Jahresbrauch (wie Anm. 21), S. 53–58.
- <sup>43</sup> Der Königskuchen und sein Fest: ABC der Brot- und Gebäckkunde, In: Richemont-Fachblatt 12, 2001. S. 216.
- <sup>44</sup> Vgl. bspw. Wirz, Rolf. Immerhin ein König für einen einzigen Tag, in: Volksstimme Sissach, 7. Januar 1997, S. 3; Süsser Brauch mit Krone, in: St. Galler Tagblatt, 6. Januar 2007 oder Kaminski, Ralf. Wie die Könige in den Kuchen kommen, in: Tages-Anzeiger, 5. Januar 2008, S. 53. Hier die wörtliche Wiedergabe der «Ursprungslegende» im römischen Fest des Saturns, die vom SBKV bereitgestellt wird.
- <sup>45</sup> Vgl. Becker-Huberti, Manfred. Lexikon der Bräuche und Feste: Über 3000 Stichwörter mit Infos, Tipps und Hintergründen für das ganze Jahr. Freiburg, Basel und Wien 2001, S. 73–74 (Dreikönigsfest) und S. 42 (Bohnenkönig). Becker-Huberti, Manfred. Feiern, Feste, Jahreszeiten: Lebendige Bräuche im ganzen Jahr – Geschichte und Geschichten, Bilder und Legenden, Freiburg, Basel und Wien 1998, S. 167–173. Wolf, Helga Maria. Das Brauchbuch: Alte Bräuche, neue Bräuche, Antibräuche, Freiburg, Basel und Wien 1992, S. 39–41. Wolf, Helga Maria. Das neue BrauchBuch: Alte und neue Rituale für Lebensfreude und Lebenshilfe, Wien 2000, S. 74–75. Das Zitat stammt aus Becker-Huberti, Manfred. Die Heiligen Drei Könige: Geschichten, Legenden und Bräuche. Köln 2005, S. 131–134 u. 186–187. Keine Erwähnung findet der Dreikönigskuchen hingegen bei Binotto, Thomas.



- Gewusst wie und woher: Christliches Brauchtum im Jahreslauf, Hitzkirch 2001, S. 22 (Dreikönigstag – Epiphanie).
- <sup>46</sup> Weber-Kellermann, Weihnachtsfest (wie Anm. 18), S. 192.
- <sup>47</sup> Beispiele bei Strübin, Jahresbrauch (wie Anm. 21), S. 58 und bei Heim, Volksbrauch (wie Anm. 41), S. 50.
- <sup>48</sup> Diese «drei grossen Momente» bildet auch Währen, Königskuchen (wie Anm. 12), S. 9, ab.
- <sup>49</sup> Vgl. u.a. Königinnen und Könige aus Plastic: Dreikönigskuchen als Umsatzschlager im Bäckerjahr, in: Neue Zürcher Zeitung, 6. Januar 2000, S. 37; Beim Jubiläum ist das Goldvreneli König, in: Tages-Anzeiger, 7. Januar 2008 (Aktion der Bäckerei Schnyder in Horgen); Flugblatt zum Wettbewerb von Swissbaker für den Dreikönigstag 2009.
- <sup>50</sup> Gewerbeverein Lützel-Baselland vgl. <http://www.luetzel.ch/test/3koenig.htm>; Allianz Suisse Regio Masters Hallenfußballturnier vgl. [www.fcfortuna.mittwochobig.com/pdf/regiomasters\\_2008.pdf](http://www.fcfortuna.mittwochobig.com/pdf/regiomasters_2008.pdf); Hotel Palace Luzern vgl. [www.victoria-jungfrau-collection.ch/Portaldata/4/Resources/presse-media/Medienmitteilungen/DE/2006/02/PL\\_0612\\_Kroenung.pdf](http://www.victoria-jungfrau-collection.ch/Portaldata/4/Resources/presse-media/Medienmitteilungen/DE/2006/02/PL_0612_Kroenung.pdf).
- <sup>51</sup> Darauf weist auch Gyr, Ueli. Bräuche, in: Historisches Lexikon der Schweiz (HLS), Band 2, Basel 2003, S. 661–665 hin.
- <sup>52</sup> Dabei werden oft die kuriosen Elemente eines Brauches isoliert betrachtet und auf eine «Gegenkultur» bezogen, kritisch dazu Köstlin, Konrad. Die «Historische Methode» der Volkskunde und der «Prozess der Zivilisation» des Norbert Elias, in: Harmening, Dieter u.a. (Hg.). Volkskultur, Geschichte, Region: Festschrift für Wolfgang Brückner, Würzburg 1990, S. 58–76.
- <sup>53</sup> Stewart, Cynthia. Vive la galette, in: Echo de la Mode 1, 1974, S. 4–7.
- <sup>54</sup> Jetzt gibt's sogar einen goldenen König, in: Basler Zeitung, 6. Januar 1999. Der goldene König ist offenbar eine Innovation des PR-Verantwortlichen der «Basler Begge» Ruedi Lüthi.
- <sup>55</sup> Freundliche Mitteilung von Karin Achermann (Unternehmenskommunikation Pistor), 18. Dezember 2007.
- <sup>56</sup> Dies ist beispielsweise in Wien der Fall, wo die Grossbäckerei Ankerbrot AG den Bohnenkuchen als «Christkindlkuchen» mit einer eingebackenen Nuss und der gewohnten Krone aus Goldkarton vor Weihnachten verkauft, vgl. dazu Wolf, Brauchbuch (wie Anm. 45), S. 40–41.
- <sup>57</sup> Vgl. zur protestantischen Kritik am Dreikönigsbrauchtum generell Paul, Werner, Werner, Richilde. Weihnachtsbräuche in Bayern: Kulturgeschichte des Brauchtums von Advent bis Heilig Dreikönig, Berchtesgaden 1999, S. 40.